

Síntesis estudis

Enquesta d'opinió a col·lectius interns i externs Síntesi de l'estudi

**Oficina del Pla
Juliol 2009**

Síntesis estudis

En el marc de la realització del Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona, s'han encarregat diversos estudis a grups de recerca universitaris i a empreses especialitzades en l'anàlisi del turisme, amb l'objectiu de generar nou coneixement aplicable al procés de reflexió sobre el turisme i la ciutat endegat pel Pla. Aquests estudis han estat coordinats per l'Oficina del Pla.

Enquesta d'opinió a col·lectius interns i externs

Oficina del Pla

Direcció: Joan Serra

Treball de
camp: Multiplica

Objecte: Conèixer l'opinió que tenen diversos col·lectius sobre el turisme i la ciutat de Barcelona.
Interns: allotjament, restauració, comerç, equipaments culturals, agències de viatges receptives, OPC's.
Externs: OET's, CPT's, CPN's, Consolats de Mar

Metodologia: Enquestació on line amb eina WebBack
Col·laboració directa del Gremi d'Hotels de Barcelona, Apartur, Gremi de Comerç, Gremi de Restauració, ACAV, Fundació Barcelona Comerç, Turespaña, Direcció General de Turisme i Turisme de Barcelona.
2.272 individus potencials

Realització: Abril – juliol 2009

Objectius i Plantejament inicial

Síntesis estudis

Objectius i Plantejament Inicial: OBJECTIUS

El principal OBJECTIU que es planteja en aquest estudi és el de conèixer l'opinió que tenen diversos COL·LECTIUS sobre el TURISME i la ciutat de BARCELONA.

Síntesis estudis

Objectius i Plantejament Inicial: SOBRE LES PREGUNTES

QUÈ SURT AL PRESENT ESTUDI ...

El Qüestionari buscava obtenir respostes a les següents preguntes plantejades en dos apartats:

Apartat Global

- Què es creu que és **el millor i el pitjor** de Barcelona com a destinació turística?
- Quins es consideren els **principals reptes** de Barcelona com a destinació turística?

- Es demanava valorar de l' 1 (poc problemàtic) al 10 (molt problemàtic) els següents aspectes relacionats amb el turisme a Barcelona.
- Inseguretat/ Robatoris. Furts/ Delinqüència
 - Massificació turística en certs punts concrets
 - Brutícia. Falta de neteja; higiene
 - Abusos en els preus
 - Mobilitat interna dins la ciutat
 - Turisme de “baixa qualitat”
 - Dificultats per anar ràpidament al centre de la ciutat des de port/ aeroport
 - Formació deficient del personal turístic
 - Manca de gestió de l'activitat turística
 - Servei de transport públic deficient (bus, metro)
 - Insuficient oferta cultural pensada pel turista
 - El turisme comporta pèrdua de personalitat de la pròpia ciutat
 - Escassa integració del turista en la realitat de la ciutat
 - Altres

Síntesis estudis

Plantejament Inicial: SOBRE LES PREGUNTES

- Dels aspectes identificats com a més problemàtics, prioritzaven els 3 més importants i hi proposaven solucions.
- Finalment se'ls demanava amb quines ciutats del món s'hauria de comparar, des del punt de vista turístic, la ciutat de Barcelona.

Apartat Sectorial

En un segon apartat es van plantejar preguntes centrades a cadascun dels subsectors, a qui se'ls demanava:

- Com creien que el seu sector contribueix a l'excel·lència del turisme a la ciutat de Barcelona?
- Quines serien les accions que farien que el seu sector fora més competitiu?

- Finalment alguns dels sectors hi van afegir una pregunta tancada específica

Restaurants

- Valora l'afluència de públic turista al teu establiment, segons les nits de la setmana.

Apartaments turístics

- Selecciona aquelles tres accions públiques que consideres més adients per tal de millorar el desenvolupament de la teva activitat del sector entre els visitants de Barcelona a través de Turisme de Barcelona

Cultura

- Quin es el nivell de cooperació entre el sector turístic i els Centres Culturals de Barcelona?

Comerç

- Quin percentatge de la teva facturació correspon a vendes a turistes?

Síntesis estudis

Objectius i Plantejament Inicial: METODOLOGIA i FITXA TÈCNICA

METODOLOGIA: Enviament d'enquestes online.

Proveïdor.

- Multiplica. www.multiplica.com.

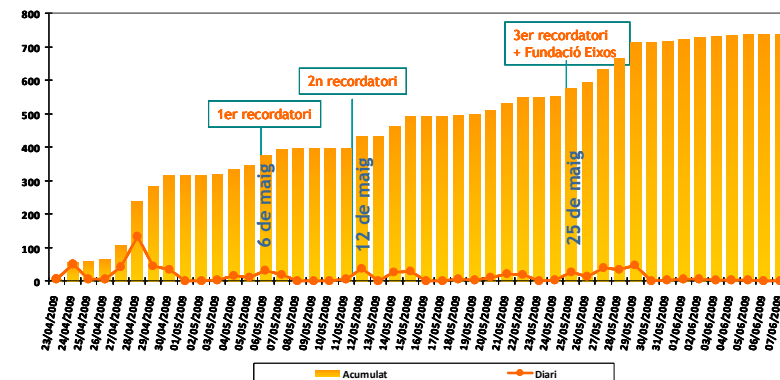
Mètode d'enquestació online.

- Multiplica utilitza l'eina WebBack per posar en marxa [l'enquesta online](#).
- Les enquestes s'an fet en 3 idiomes (castellà, català i anglès) i es responen a través d'internet.
- S'ha dissenyat preguntes de qualificació dels enquestats, quantitatives i obertes per tal de construir el formulari.
- L'eina es comporta intel·ligentment (skip logic) assignant preguntes segons el col·lectiu a qui va adreçada i validant els errors de forma automàtica al mateix formulari.

- Es procedeix a un anàlisi posterior de les dades, tant descriptives com de tractament de les preguntes obertes.
- Multiplica entrega els resultats de cada pregunta oberta classificats en diverses categories.

Període de treball de camp

- 46 dies (abril - juny 09).
- 3 accions - recordatori.



=====

Síntesis estudis

=====

Objectius i Plantejament Inicial: METODOLOGIA i FITXA TÈCNICA

COL·LABORADORS EXTERNS

- Disposen de les seves pròpies bases de dades, que són de la seva propietat. Han estat ells els que ens han recol·lat en l'enviament de les enquestes als seus membres associats, centres de promoció i empreses.

Universos dels partners

→ GREMI D'HOTELS DE BCN (Hot i Pens.)	323
→ APARTUR (Habitatges d'us turístic)	103 (1)
→ ACAV (Agències de Viatge Receptives)	351
→ TURESPAÑA (OET's)	38
→ ACCIÓ (Centres de Promoció de Negocis)	35
→ DGT (Centres de Promoció Turística)	11
→ Fundació Eixos Comercials de Bcn	800
→ Centres de Cultura, Lleure i Esports. (ICUB)	44

(1) Empreses gestores i explotadores que representen més de 1.250 apartaments.

COL·LABORADORS INTERNS

- Col·lectius acceditats a través dels programes de promoció de Turisme de Barcelona (TDB) i de l'Ajuntament de Barcelona.
 - Programa Shopping Line -TDB
(Comerços) 204
 - Programa Gastronomia -TDB
(Restaurants) 168
 - TURISME DE BARCELONA
(Agències internacionals emissores de turisme a Barcelona) 143
 - Barcelona Convention Bureaux -TDB
(OPC's) 43
 - PROMOCIÓ ECONÒMICA- Ajtm. Bcn
(consolats de Mar) 9

Total individus potencials: 2.272

=====

Síntesis estudis

=====

Objectius i Plantejament Inicial: METODOLOGIA i FITXA TÈCNICA

Col·lectius	Univers	Respostes Obtingudes	% de resposta
Agències de viatges emissora	143	41	29%
Centre de Promoció Turística (CPT)	11	11	100,0%
Centre de Promoció de Negocis (CPN)	35	33	94%
Oficina Española de Turismo en el Exterior	38	38	100,0%
Consolat de Mar	9	9	100,0%
Agència de Viatges receptiva / OPC	394	40	10%
Cultura. Lleure. Esport	44	39	89%
Habitatge d'Us Turístic	103	51	50%
Restaurant	168	59	35%
Hotel o Pensió	323	121	38%
Comerç	1.004	131	13%
Total	2.272	573	25%
Segment	Univers	Respostes Obtingudes	% de Resposta
Agències emissores	143	41	29%
Antenes exteriors / Institucions	93	91	98%
Professionals Interns	2.036	441	22%
Total	2.272	573	25%

- Restaurant

Síntesis estudis

PRINCIPALS RESULTATS

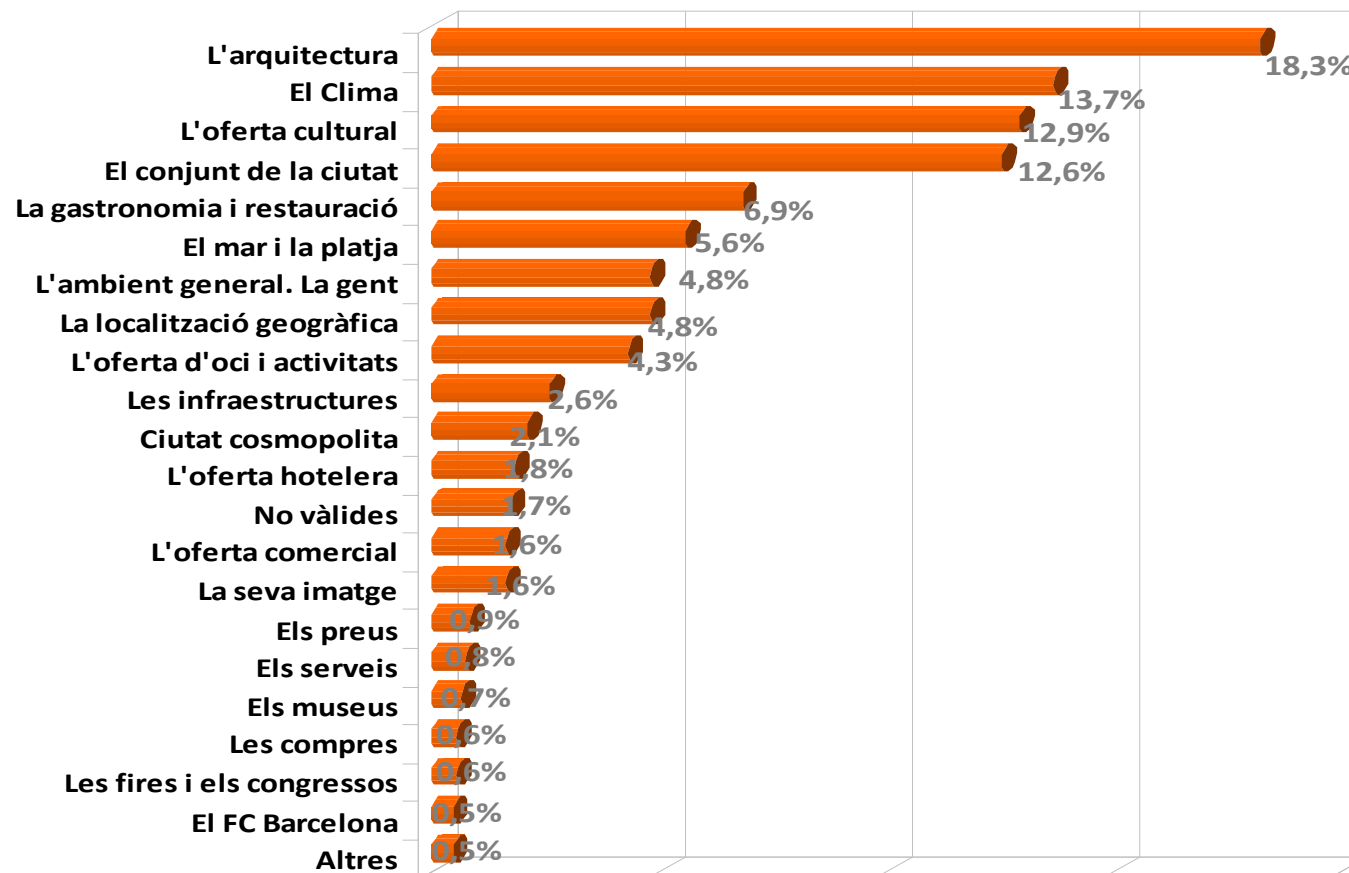
Síntesis estudis

VISIÓ GLOBAL

Síntesis estudis

Resultats principals : VISIÓ GLOBAL

1. Què creus que és el millor de Barcelona com a destinació turística



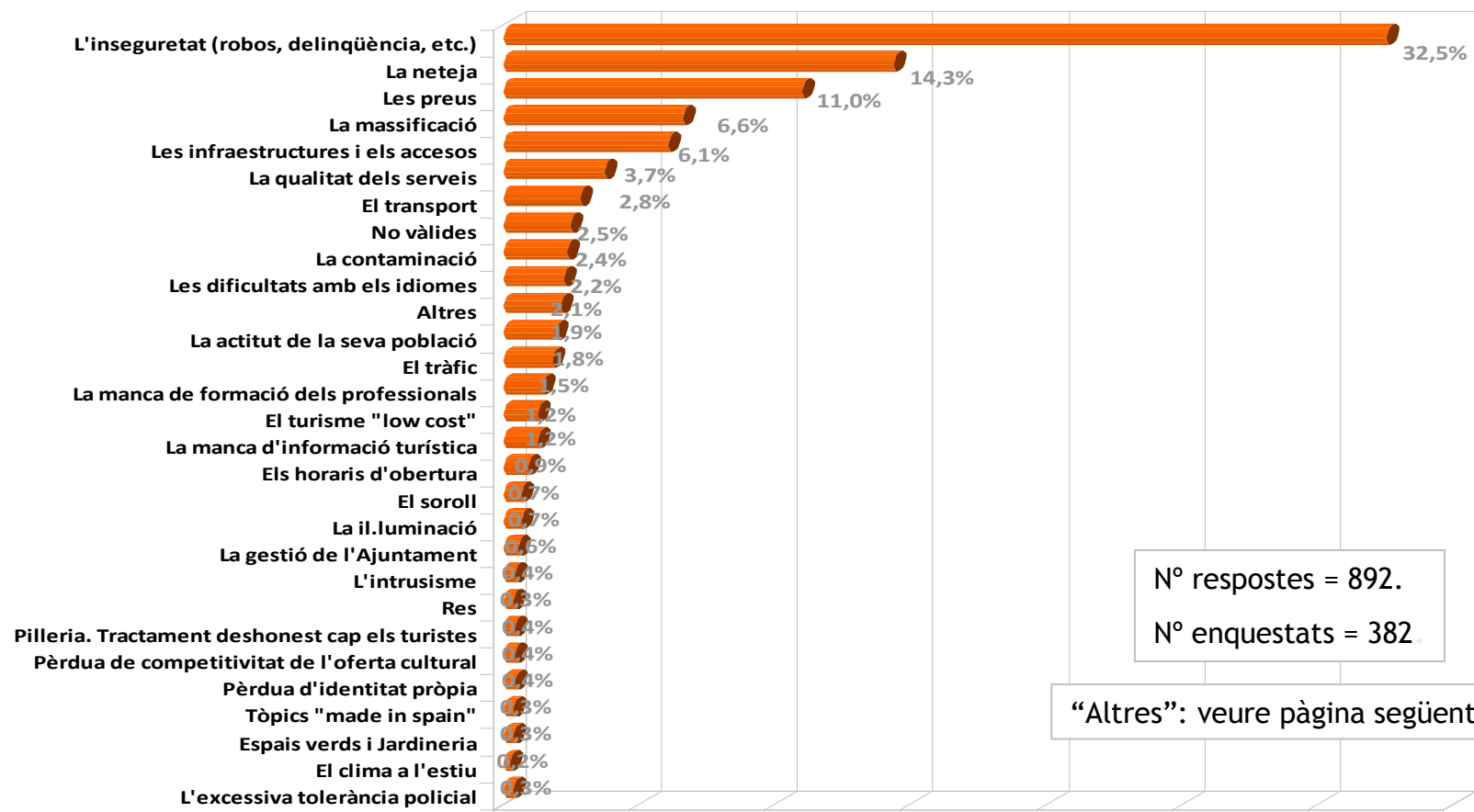
Nº respostas = 1.035.

Nº enquestats = 385.

Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ GLOBAL

2. Què creus que és el pitjor de Barcelona com a destinació turística



Resultats principals: VISIÓ GLOBAL

Medida	Porcentatge
Atraure el turisme de qualitat	16,5%
Millorar la seguretat	15,2%
Millorar els transports/ comunicacions	12,7%
Potenciar la imatge com a destinació turística	8,5%
Millorar la qualitat dels serveis	8,3%
Millorar la neteja	4,8%
Millorar la oferta cultural	4,6%
Millorar la qualitat d'atenció al públic i comunicació amb els	4,1%
Potenciar la innovació, la diversificació i la sostenibilitat	3,9%
Altres	3,6%
No vàlides	2,8%
Controlar els preus	2,7%
Potenciar la creació de Fires i Congressos	2,2%
Millorar la oferta hotelera	1,8%
Millorar el nivell d'idiomes	1,6%
Millorar la oferta d'oci	1,4%
Gestionar el turisme pensant en els residents, barris i comerços	1,3%
Potenciar les compres	0,8%
Crear més zones verdes	0,7%
Potenciar la modernització	0,7%
Acabar amb la oferta turística illegal	0,6%
Desestacionalitzar	0,5%
Millorar la cohesió entre els diferents sectors	0,5%
Crear més atractius relacionats amb el mar	0,2%

Nº respostes = 855. Nº enquestats = 3

“Altres”: veure pàgina següent

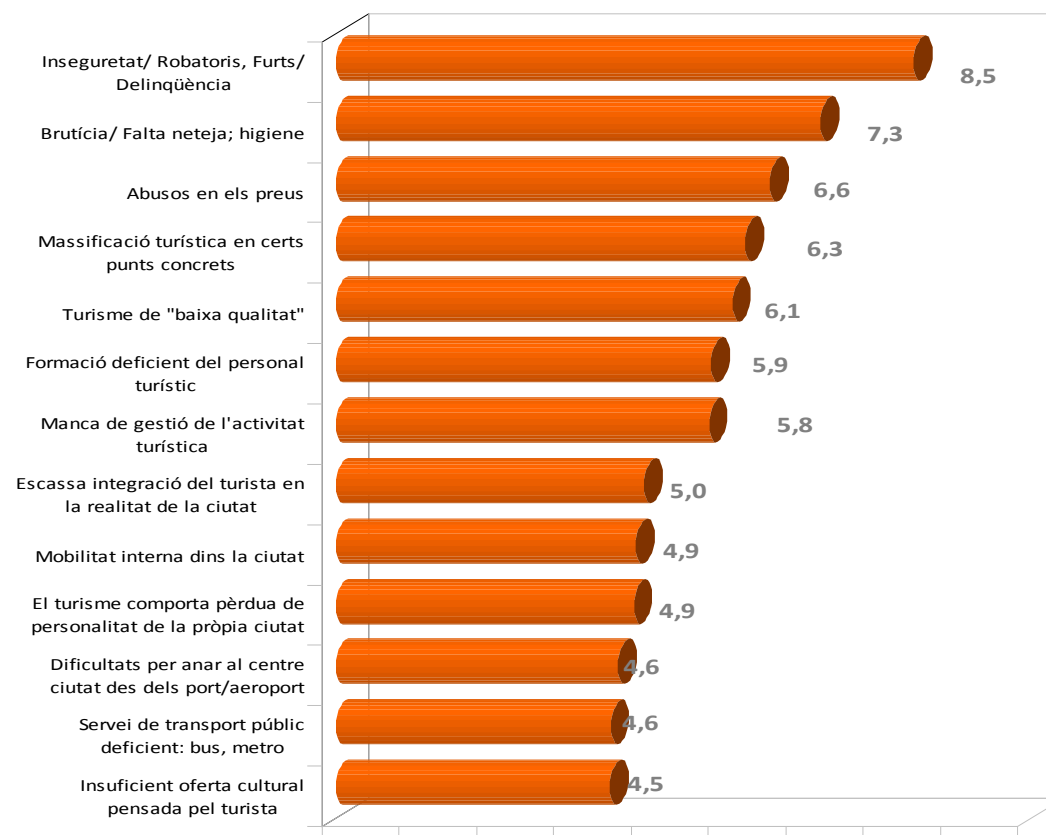
Nº respostes = 855. Nº enquestats = 379.

“Altres”: veure pàgina següent

Síntesis estudis

Resultats principals : PERFIL GLOBAL

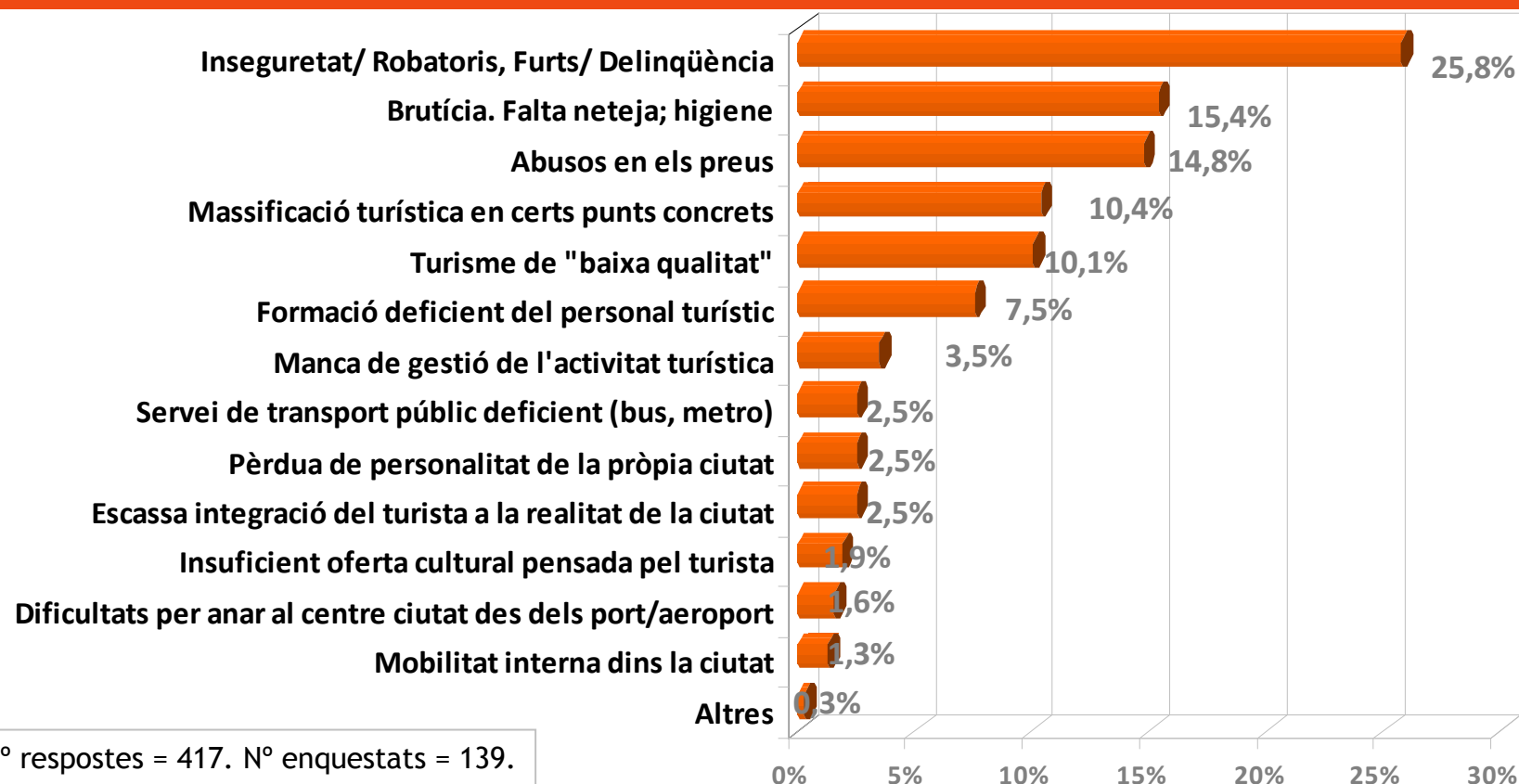
Valora de l'1 al 10, cadascun dels següents aspectes derivats del turisme a la ciutat de Barcelona (1: poc problemàtic / 10: molt problemàtic)



Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ GLOBAL

Dels aspectes que has identificat com a més problemàtics, selecciona els 3 més importants per tu.



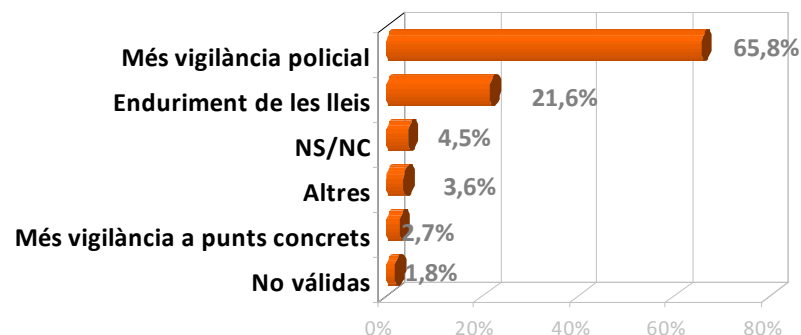
Nº respostes = 417. Nº enquestats = 139.

Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ GLOBAL

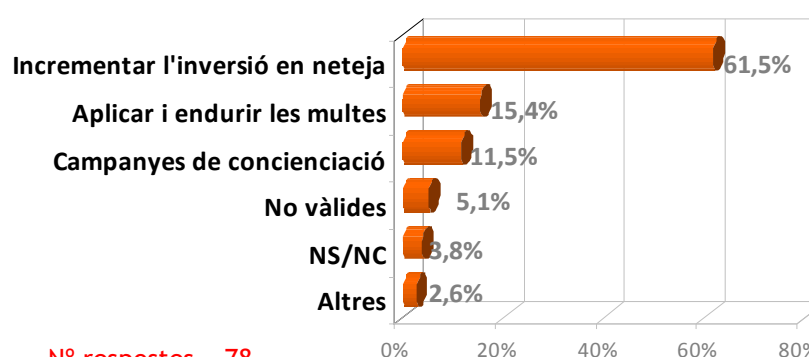
Quina solució aplicaries a...

Inseguretat/ Robatoris. Furts/ Delinqüència



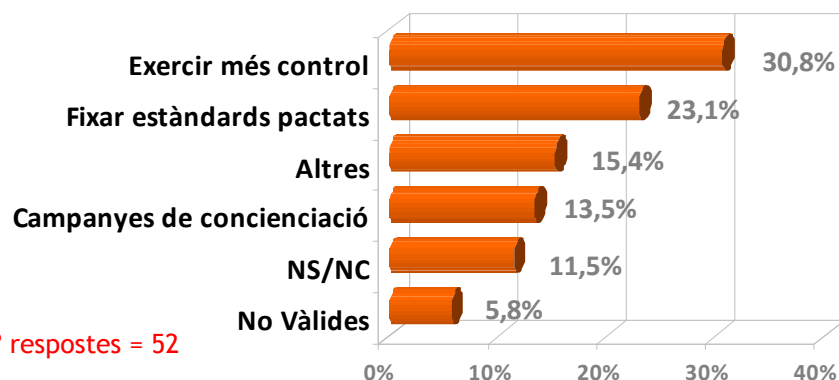
Nº respostes = 111

Brutícia. Falta de neteja i de higiene



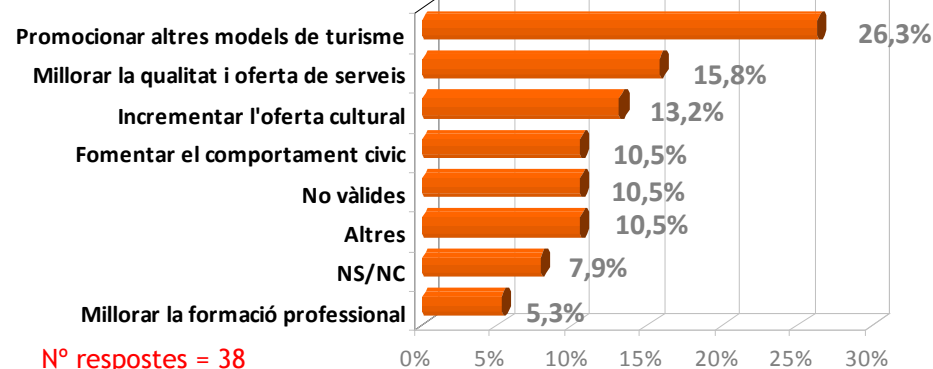
Nº respostes = 78

Abusos en els preus



Nº respostes = 52

"Turisme de baixa qualitat"

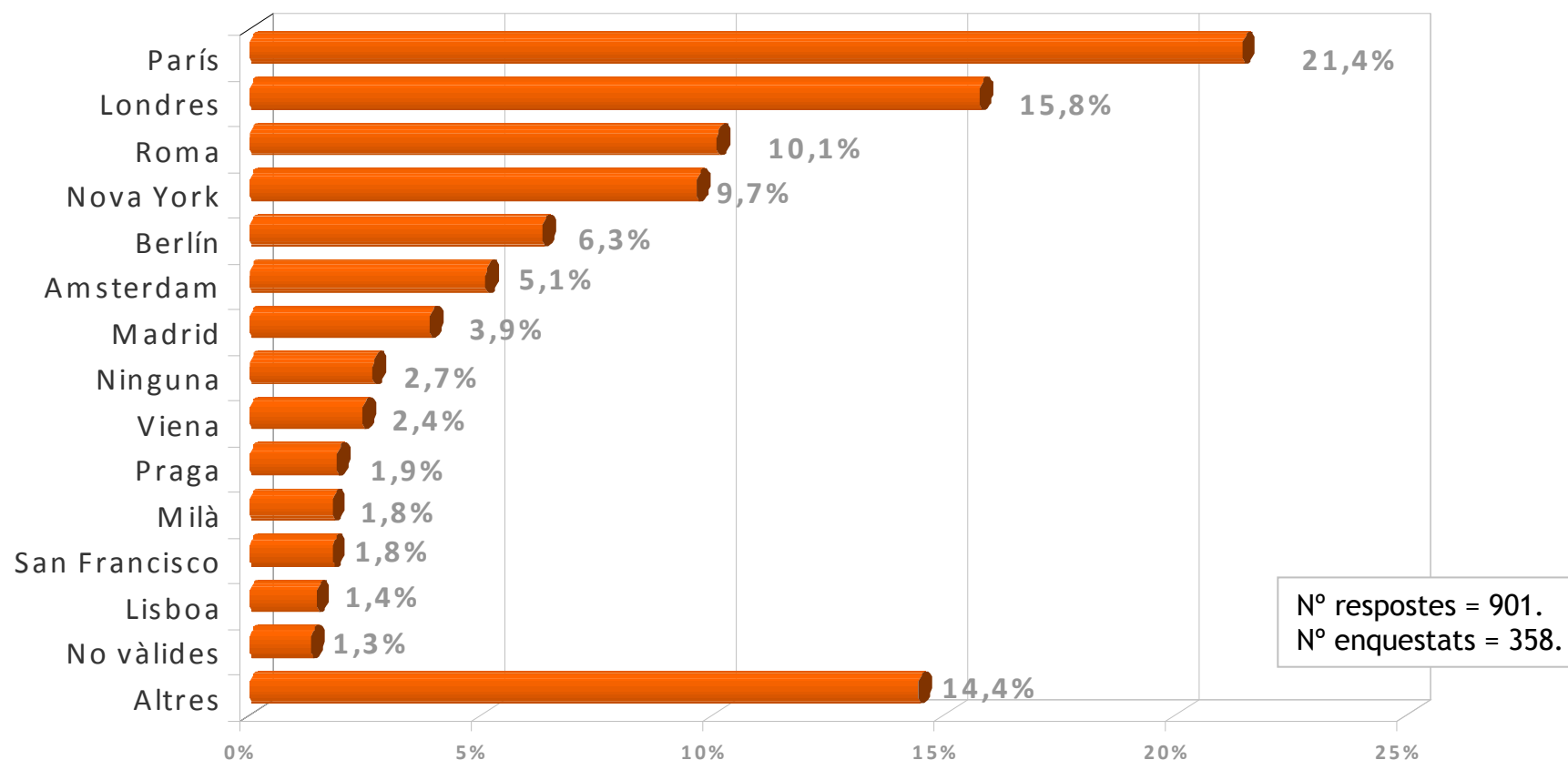


Nº respostes = 38

Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ GLOBAL

Amb quines ciutats del món s'hauria de comparar, des del punt de vista turístic, la ciutat de Barcelona?...



Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ GLOBAL

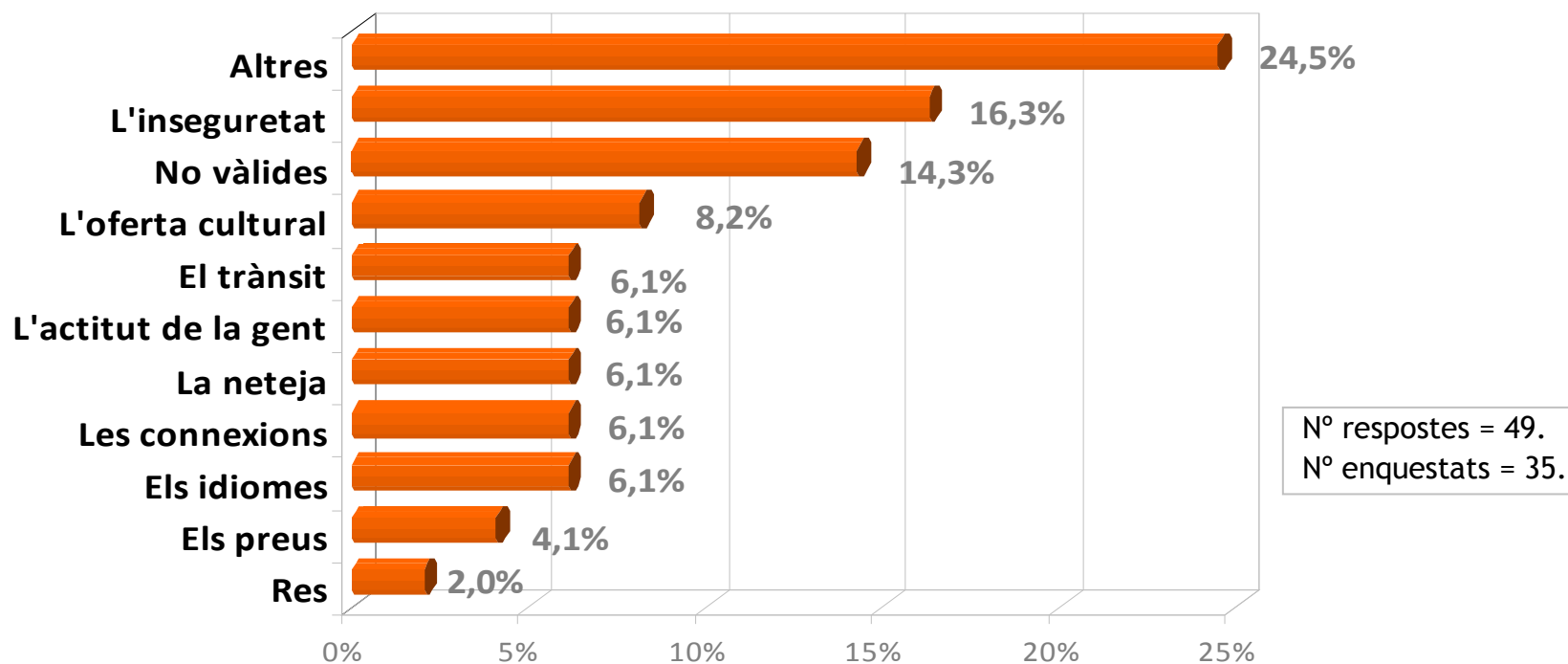
En la teva opinió, què creus que és el millor que té Barcelona respecte a la ciutat amb la qual has indicat que Barcelona s'hauria de comparar?



Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ GLOBAL

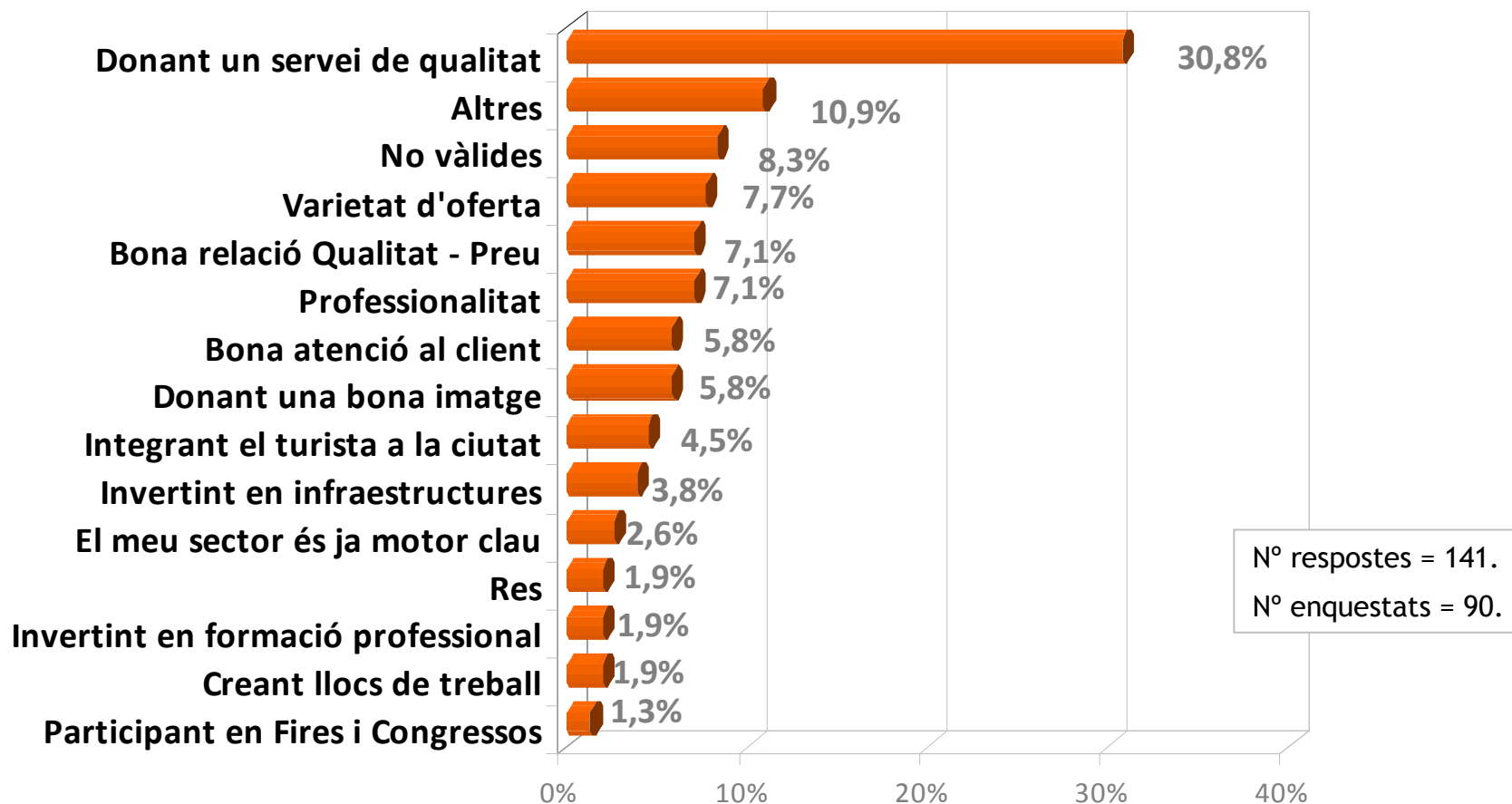
En la teva opinió, què creus que és el pitjor que té Barcelona respecte a la ciutat amb la qual has indicat que Barcelona s'hauria de comparar?



ALTRES: Casco histórico. Ruido. La comida. Cierre de tiendas el fin de semana. Perfil de turista bajo. Hot and humid in July and August. Lack of budget hotels in the city centre. El clima. La saturación turística es más perceptible que en estas otras ciudades, quizá por su diferente tamaño relativo. Manca d'informació. L'humitat.

Resultats principals: VISIÓ GLOBAL

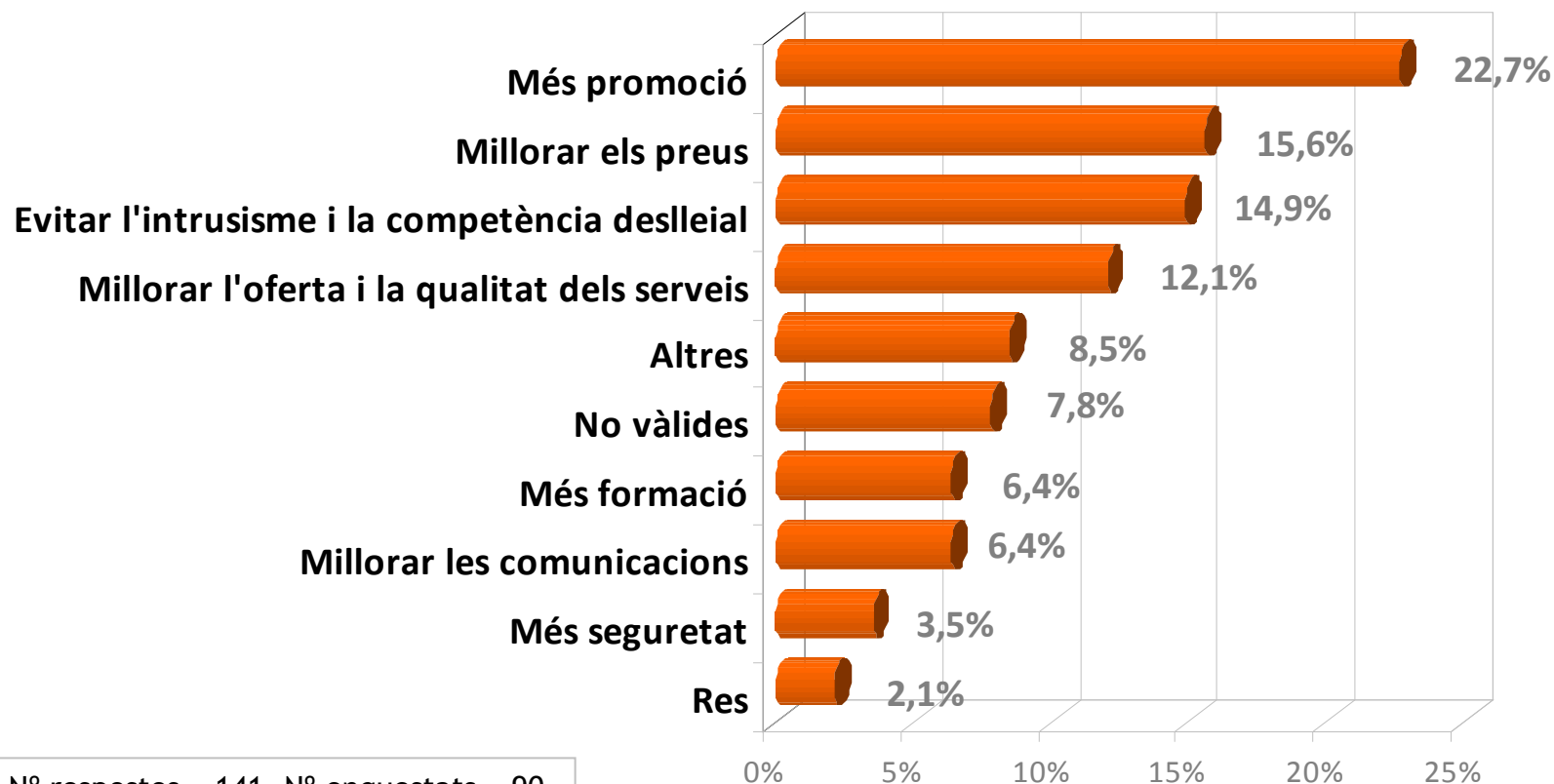
Com creus que el teu sector contribueix a l'excel·lència del turisme a la ciutat de Barcelona?



Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ GLOBAL

Quines serien les accions que farien que el teu sector fora més competitiu?

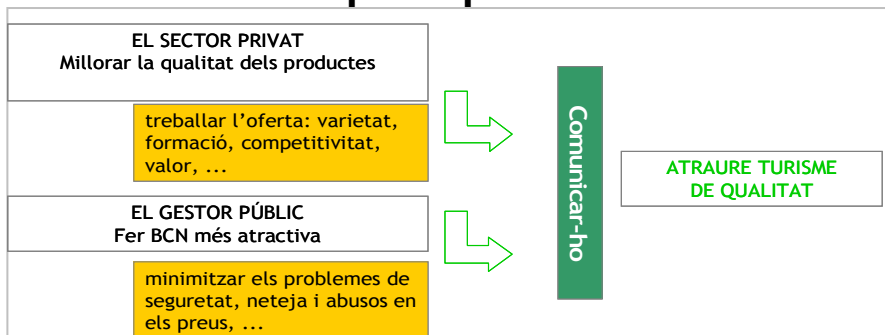


Nº respostes = 141. Nº enquestats = 90.

(1) La lectura de les dades d'aquest apartat, s'ha de fer especialment en clau dels col.lectius interns que són els que han aportat un nivell de respostes més alt.

Síntesis estudis

CONCLUSIONS principals: VISIÓ GLOBAL



7. La qualitat s'enten com el factor clau per mantenir l'atractiu de Barcelona com a destinació turística. Aquest concepte de Qualitat pot estar relacionat amb: preu competitiu, varietat de productes, professionalitat i bona atenció als clients i un client respectuós amb la pròpia ciutat.

8. Tots els col·lectius, excepte el de cultura, valoren com a **força problemàtica** l'inseguretat i els robatoris a la ciutat, així com la brutícia.

9. Els atributs **menys problemàtics** per la majoria dels segments són la **insuficient oferta cultural** i el **transport públic**.

10. Barcelona es compara amb **París, Londres, Roma, Nova York i Berlín**. I el millor que mostra Barcelona respecte a aquestes ciutats són atributs no gestionables de forma directa: **clima**, el **mar** i la **platja** i l'**hospitalitat**, i també altres com el propi **patrimoni cultural**.

11. El pitjor, respecte a aquelles ciutats són atributs que sí es poden gestionar: **inseguretat, neteja, oferta cultural i trànsit**. (si bé, la base d'aquesta resposta és baixa = 49)

12. La **Qualitat** torna a sortir com a determinant per contribuir a l'excel·lència del turisme a la ciutat. La resta de factors que es citen, orbiten entorn a aquest factor de qualitat: una varietat en l'oferta i una bona relació qualitat -preu, la professionalitat.

13. Les accions que es consideren que fomenten la competitivitat són la **promoció**, la **millora dels preus** i **evitar l'intrusisme** i la competència deslleial.

Síntesis estudis

VISIÓ SEGMENTS

Síntesis estudis

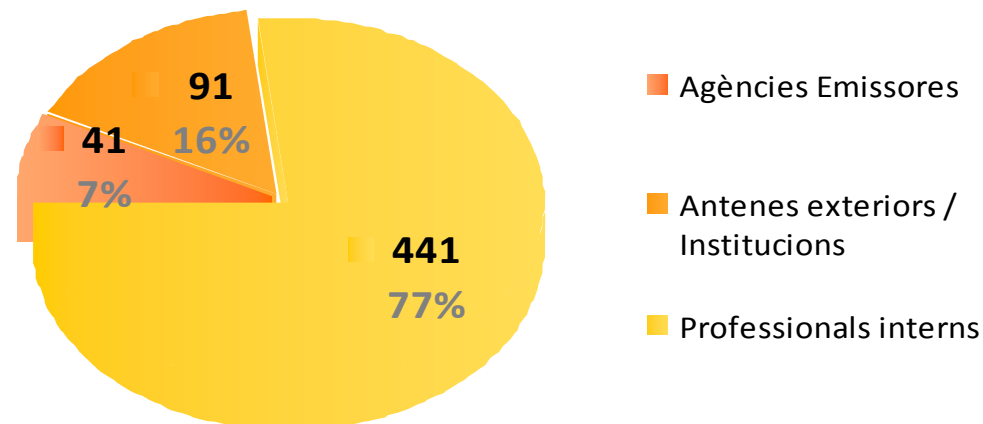
Consideracions d'aquest apartat: VISIÓ SEGMENTS

- Un nivell d'informació entre la visió global i els col.lectius, són els segments.
 - Els segments agrupen els diferents col.lectius que han participat a l'estudi, de la següent manera:
1. **Agències emissores**
 - Agència de viatges emissora
 2. **Agències exteriors / Institucions**
 - Centre de Promoció de Negocis (CPN)
 - Centre de Promoció Turística (CPT)
 - Consolat de Mar
 - Oficina Española de Turismo en el Exterior
 3. **Professionals interns**
 - Agència de Viatges receptiva / OPC
 - Apartament turístic
 - Comerç
 - Cultura. Lleure. Esport.
 - Hotel i Pensió
 - Restaurant
- Tot i així, es veu que només el segment de Professionals interns té significació per sí mateix.

Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ SEGMENTS. Perfil.

Nombre d'enquestats per segment (absoluts i %)



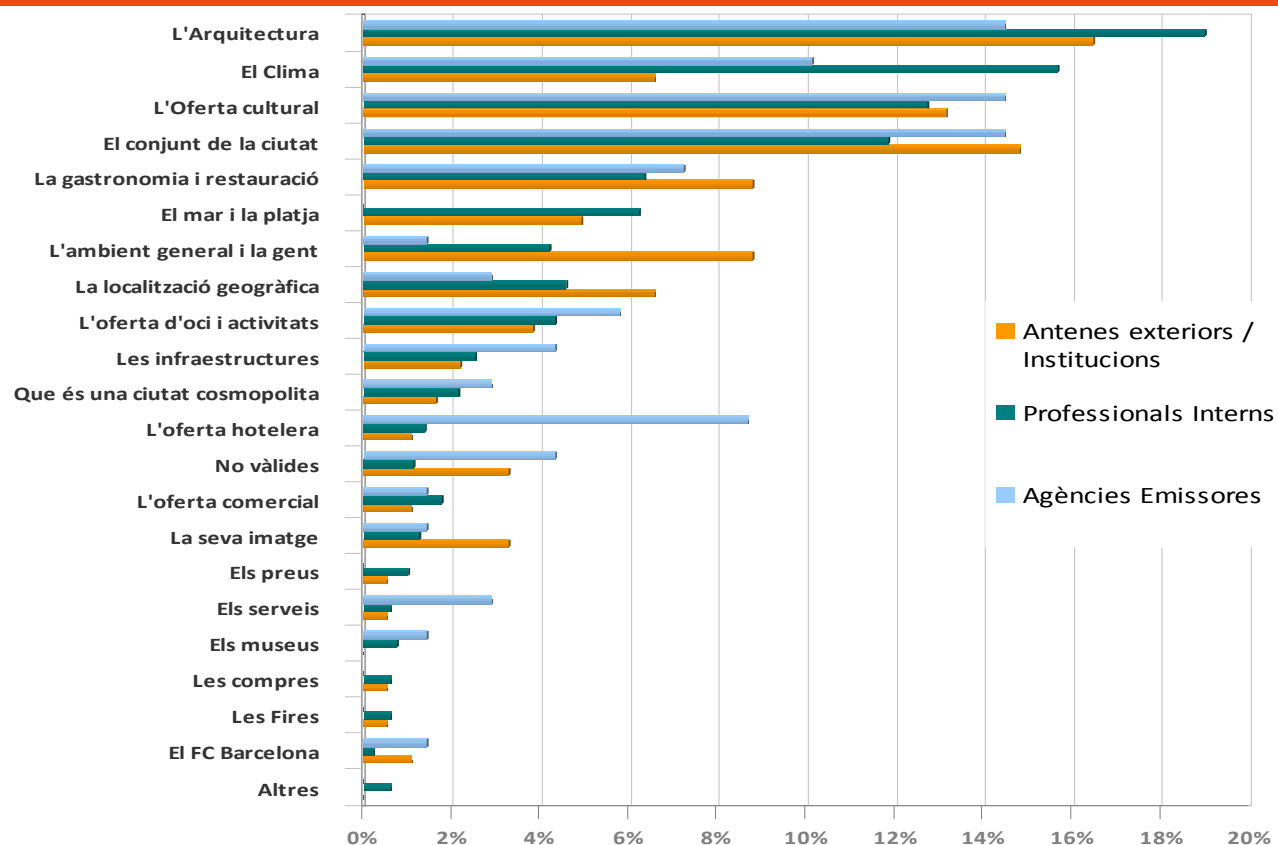
Nº individus = 573

<u>Agències Emissores:</u>	Agències Emissores.
<u>Antenes Exteriors i Institucions:</u>	Centre de Promoció Turística (CPT). Centre de Promoció de Negocis (CPN). Oficina Española de Turismo en el Exterior. Consolat de Mar.
<u>Professionals Interns:</u>	Agència de Viatges receptiva / OPC. Centres de Cultura, Lleure i Esport. Apartaments turístics. Restaurants. Hotels i Pensió. Comerços.

Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ SEGMENTS.

Què creus que és el millor de Barcelona com a destinació turística

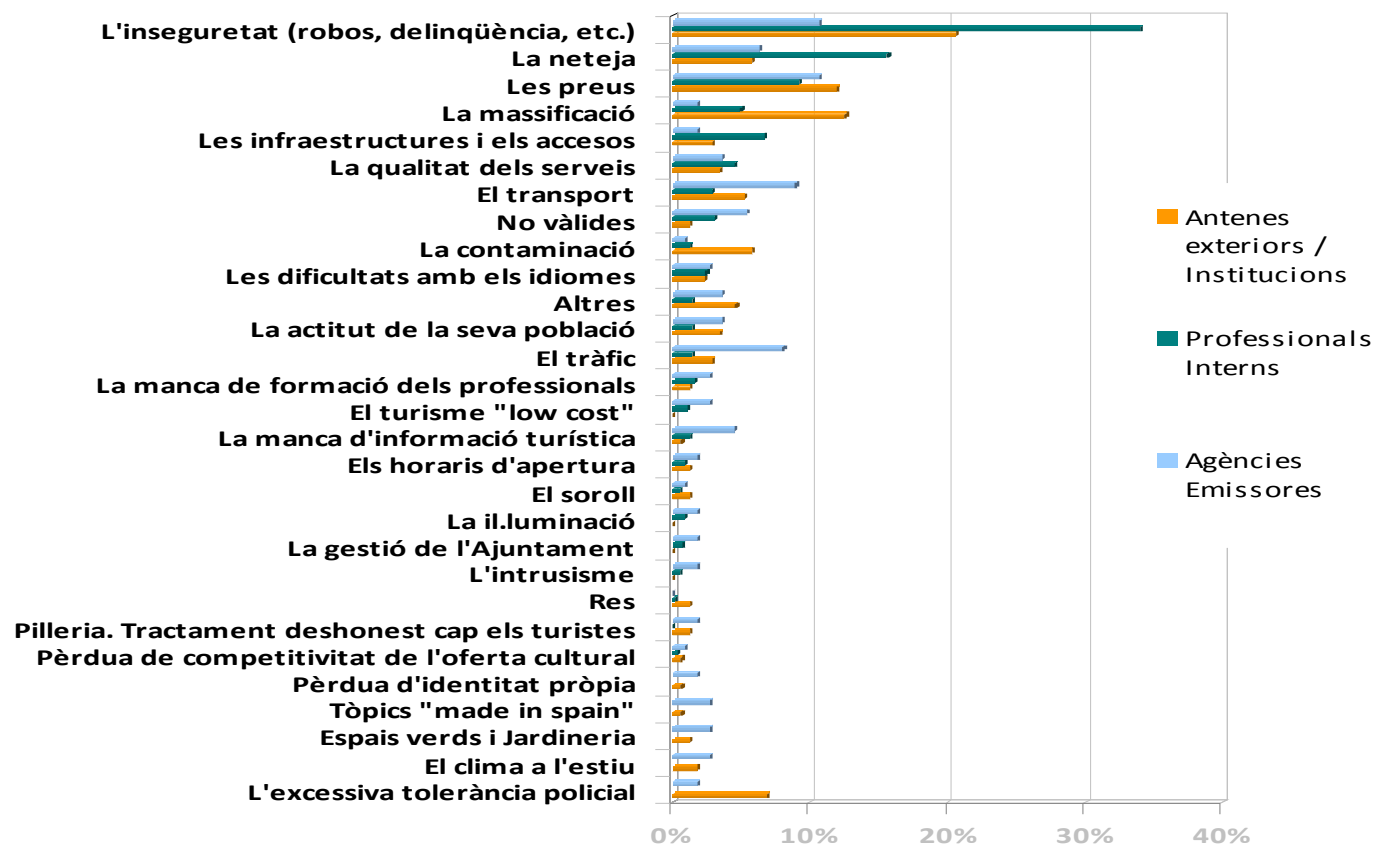


Nº respostes: Antenes Exteriors/ Institucions = 182. Professionals interns = 784. Agències emissores = 69. Totals = 1.035. Nº enquestats = 385

Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ SEGMENTS.

Què creus que és el pitjor de Barcelona com a destinació turística?

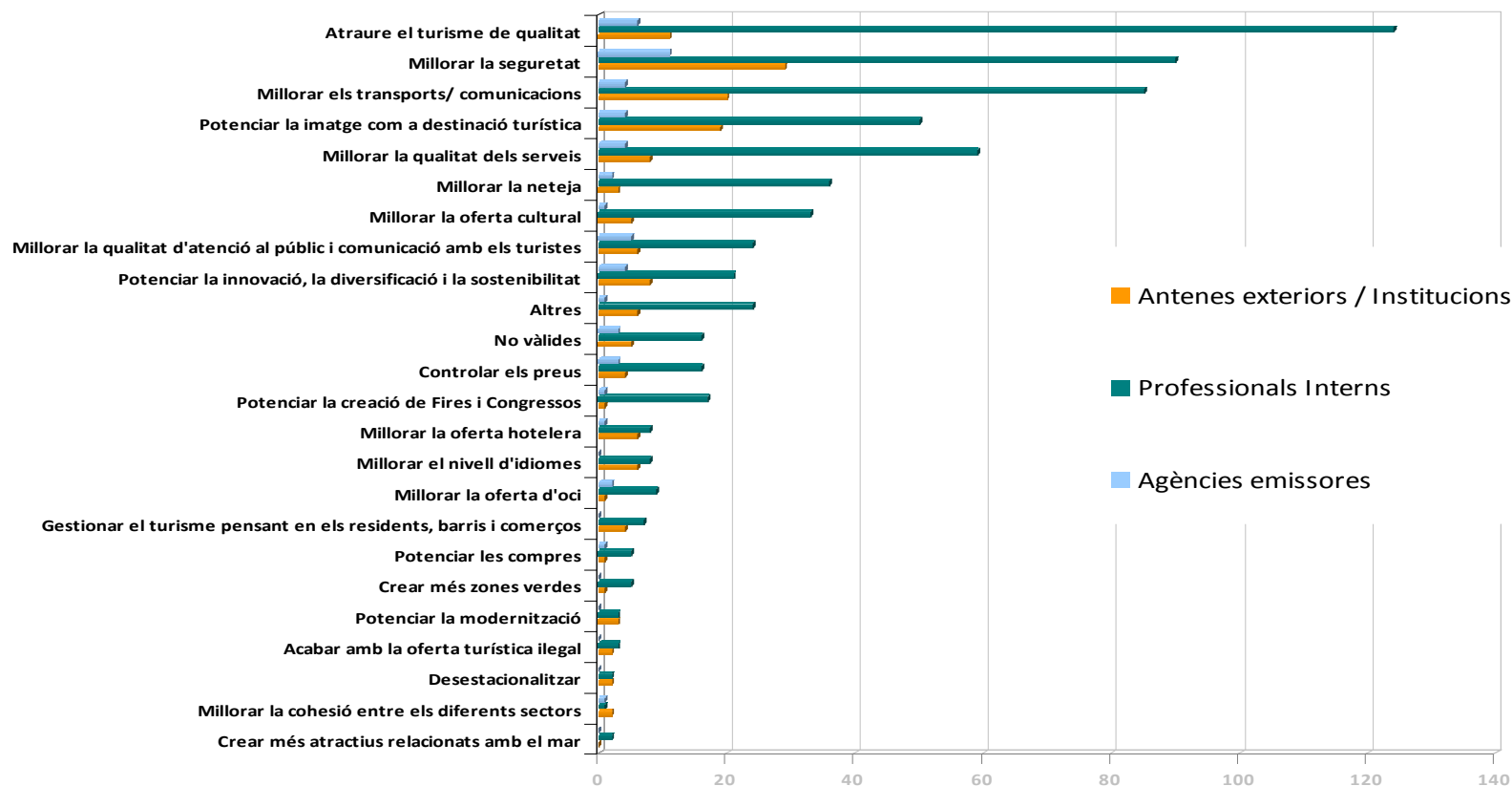


Nº respostes: Antenes Exteriors/ Institucions = 175. Professionals interns = 709. Agències emissores = 112. Totals = 996. Nº enquestats = 375

Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ SEGMENTS.

Quins creus que són els principals reptes de Barcelona com a destinació turística?

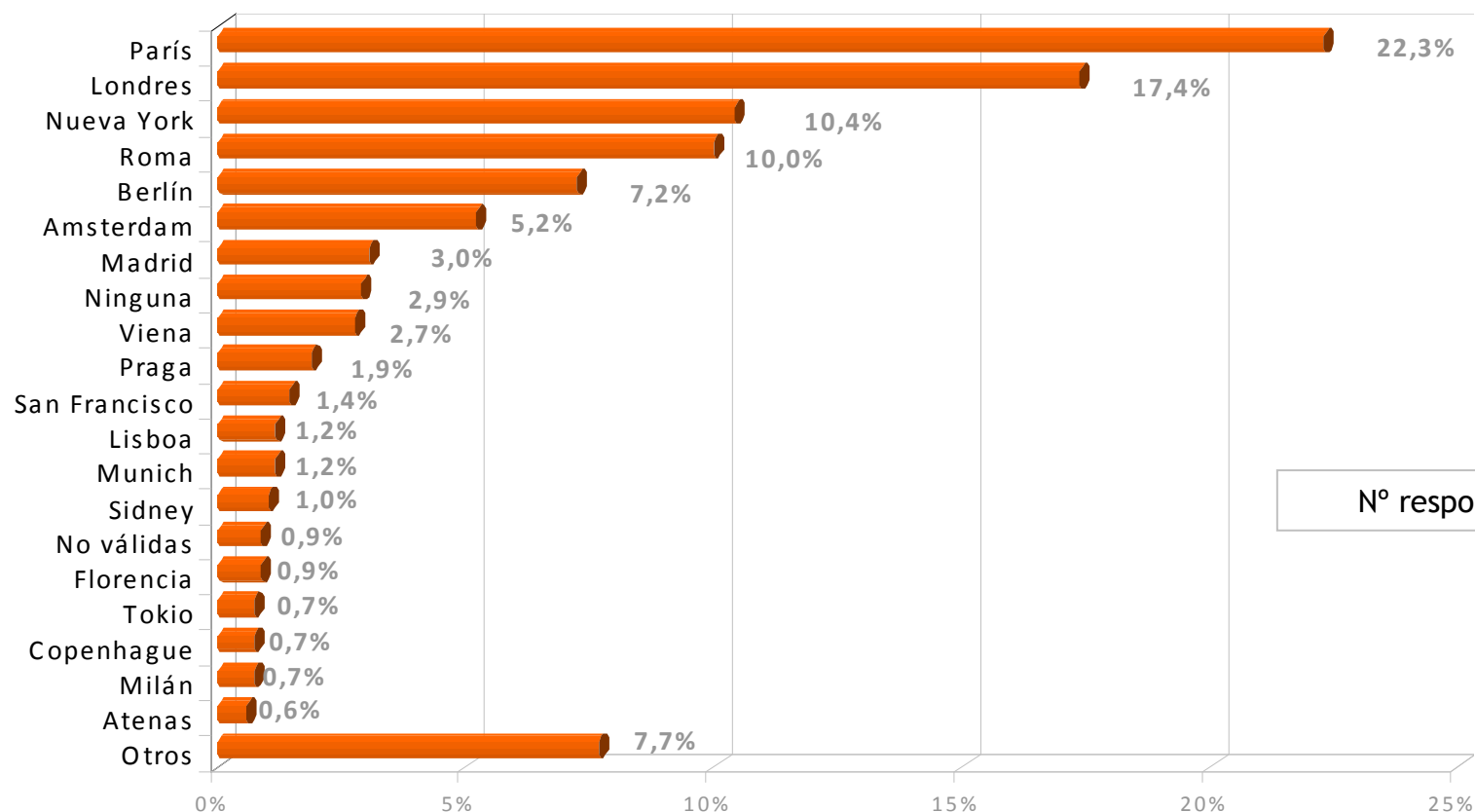


Nº respostes: Antenes Exteriors/ Institucions = 153. Professionals interns = 648. Agències emissores = 54. Totals = 855. Nº enquestats = 368

Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ SEGMENTS. Professionals Interns.

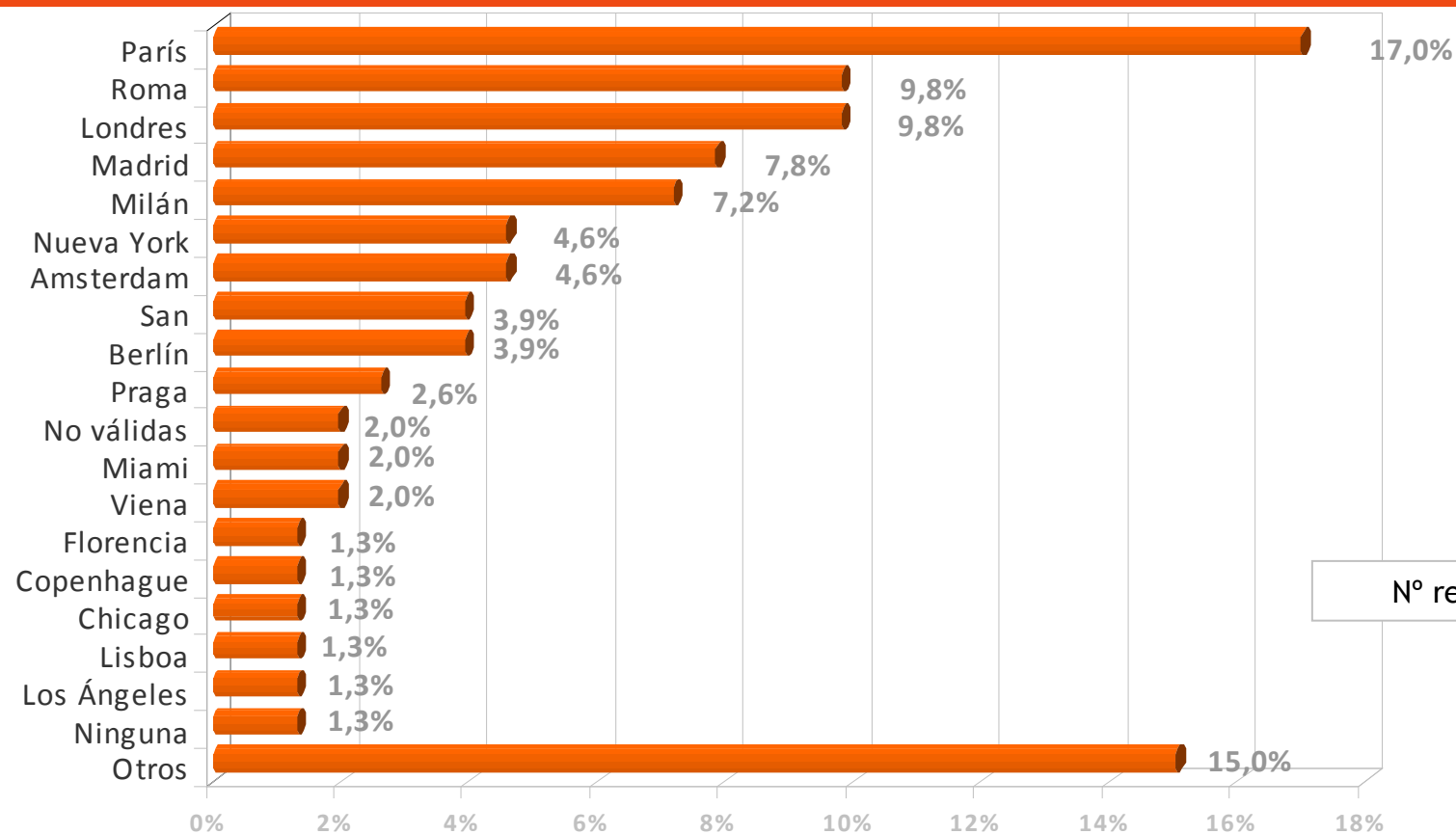
Amb quines ciutats del món s'hauria de comparar, des del punt de vista turístic, la ciutat de Barcelona?...



Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ SEGMENTS. Antenes Exteriors / Institucions.

Amb quines ciutats del món s'hauria de comparar, des del punt de vista turístic, la ciutat de Barcelona?...

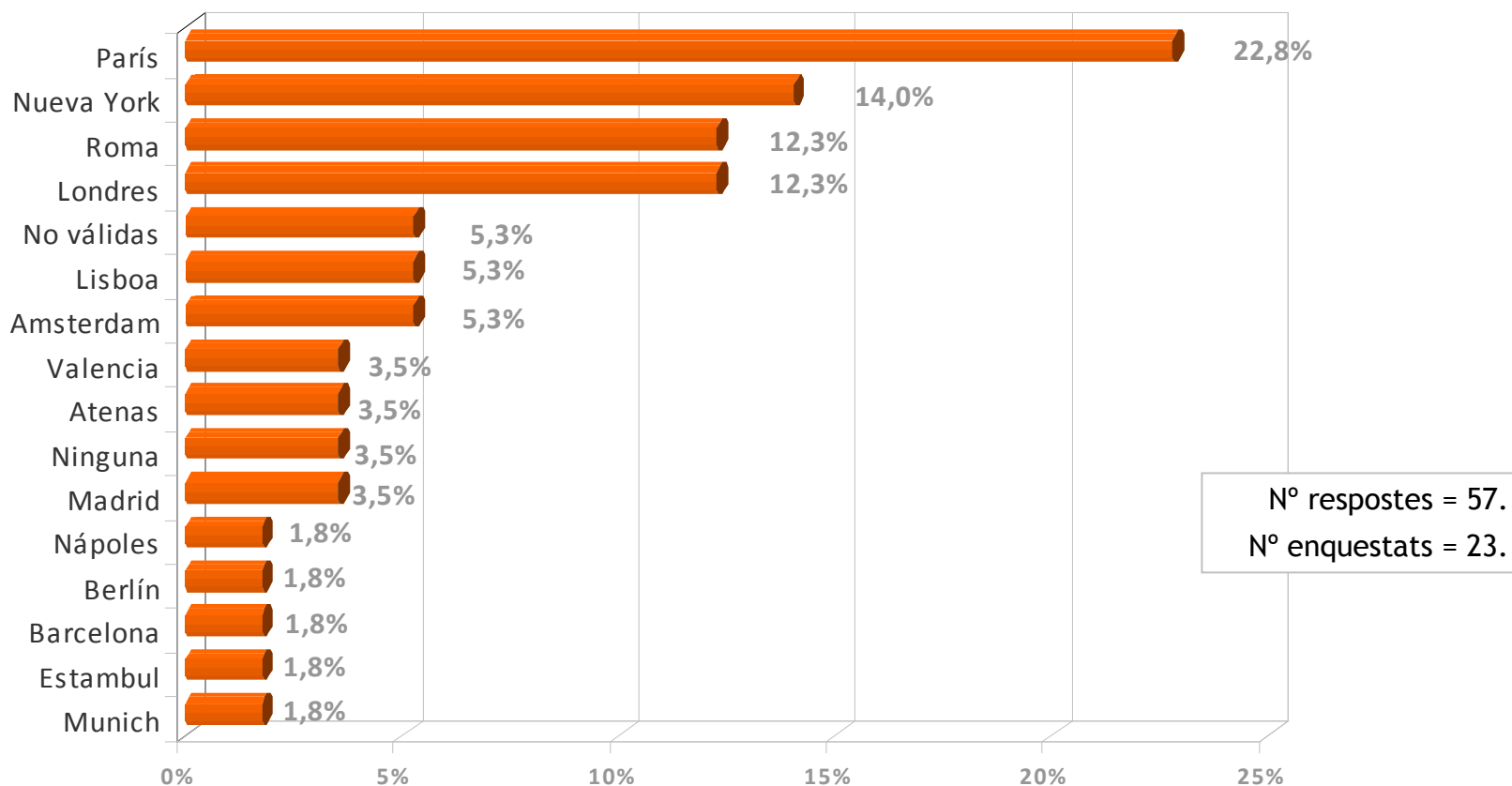


Nº respostas = 153.

Síntesis estudis

Resultats principals: VISIÓ SEGMENTS. Agències Emissores.

Amb quines ciutats del món s'hauria de comparar, des del punt de vista turístic, la ciutat de Barcelona?...



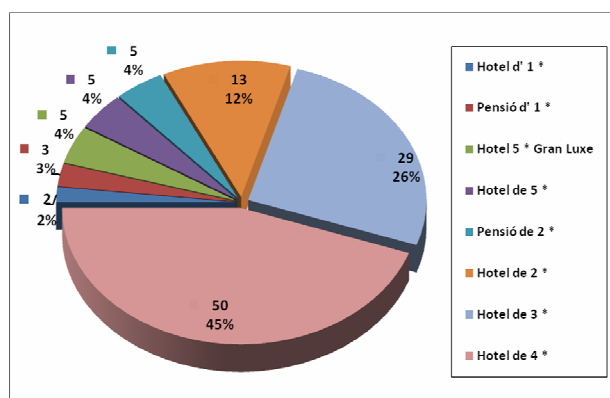
- **París, Nova York, Roma, Londres, Lisboa.**

Perfils dels col·lectius

Síntesis estudis

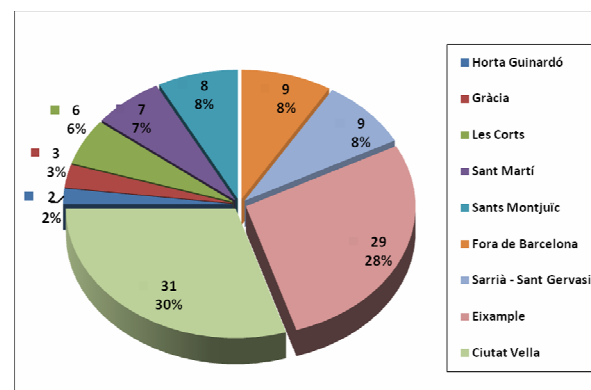
Perfils dels col·lectius: HOTELS

Tipologia



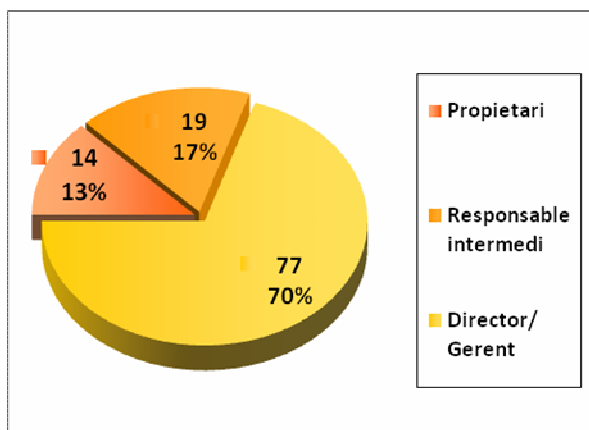
Nº respostes = 112

Districte



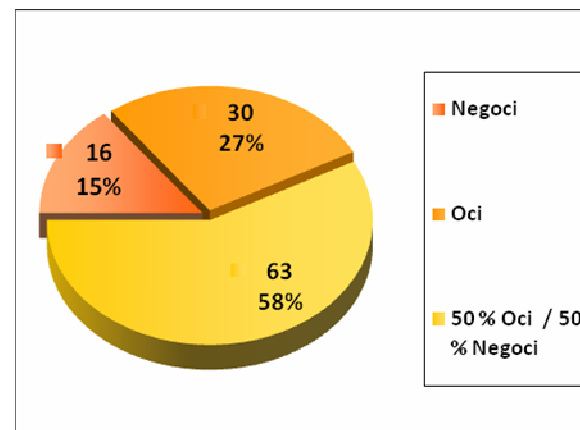
Nº respostes = 104

Càrrec



Nº respostes = 110

Tipus de principal client

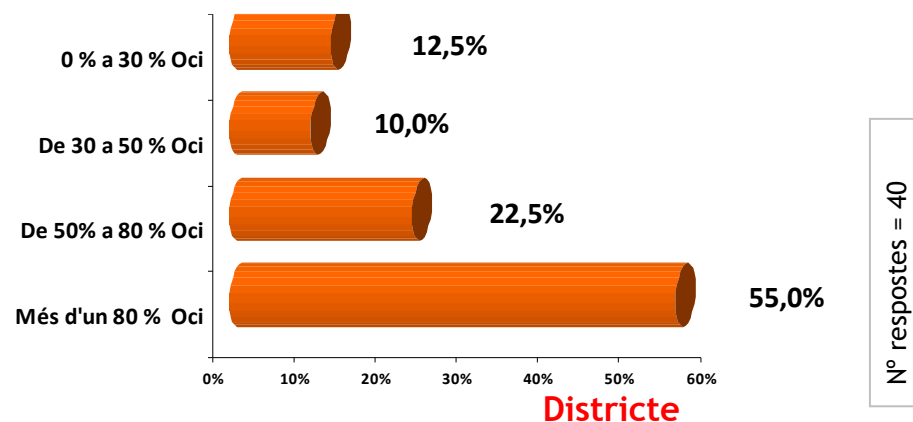


Nº respostes = 109

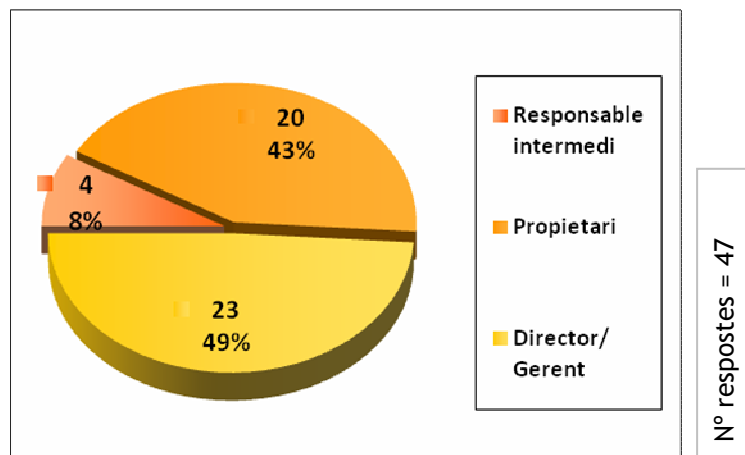
Síntesis estudis

Perfils dels col·lectius: APARTAMENTS TURÍSTICS

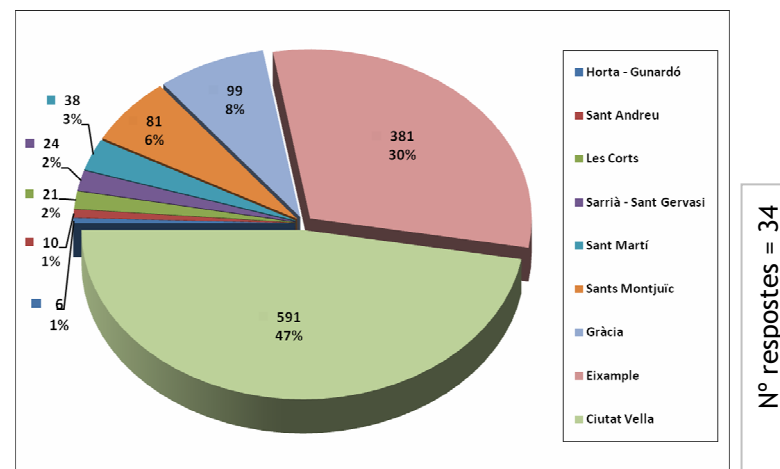
Tipologia. Tipus de client per motiu de consum. El 70 % de mitjana, utilitza els apartament per motius d'oci.



Càrrec



Districte

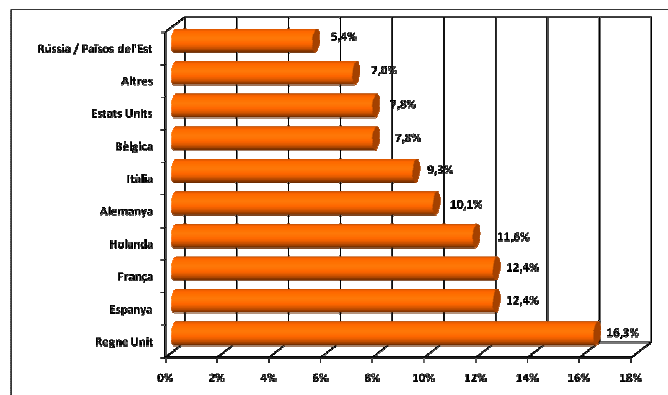


Nº respostas = 38

Síntesis estudios

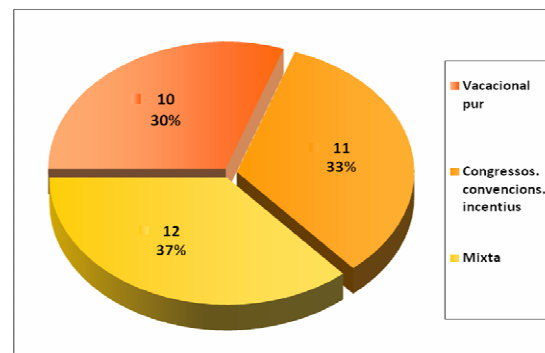
Perfils dels col·lectius. AGÈNCIES RECEPTIVES i OPC's

Principals mercats



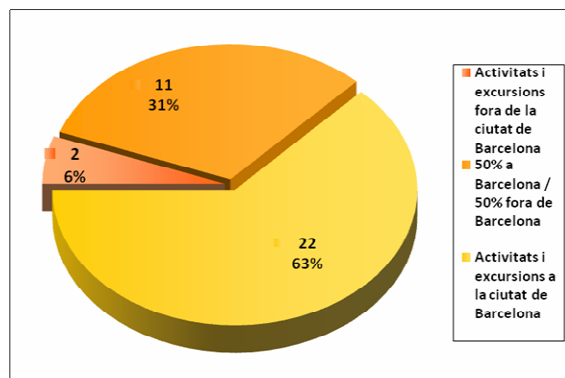
Nº respostes = 129

Especialització



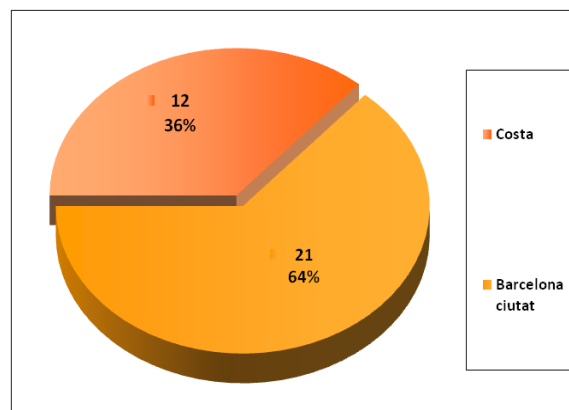
Nº respostes = 33

Venc principalment...



Nº respostes = 35

Àmbit d'activitat

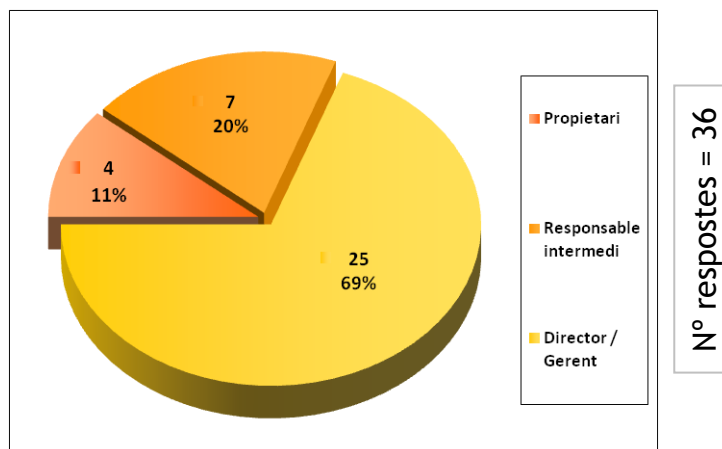


Nº respostes = 33

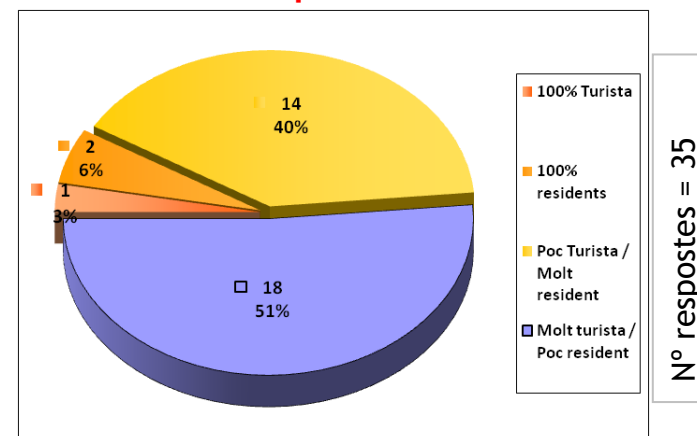
Síntesis estudis

Perfils dels col·lectius. CENTRES CULTURALS. LLEURE i ESPORTS

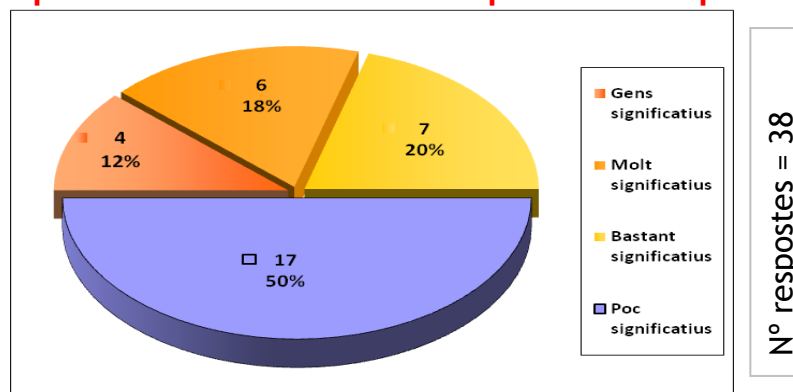
Càrrec



El meu client és perfil ...



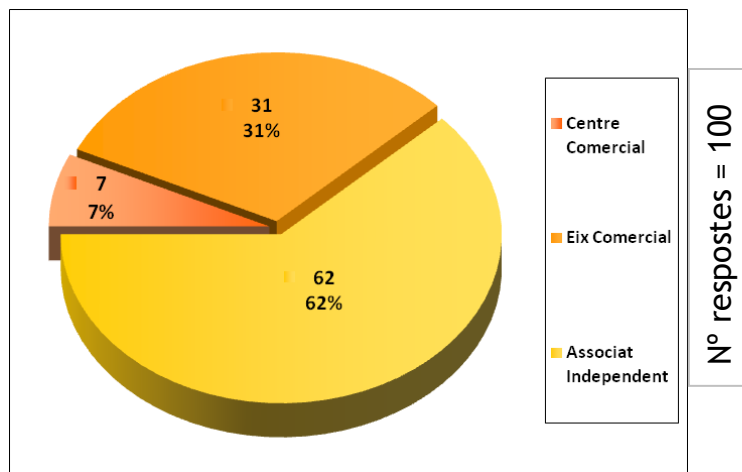
Els ingressos que provenen del turisme són pel teu Compte d'Explotació ...



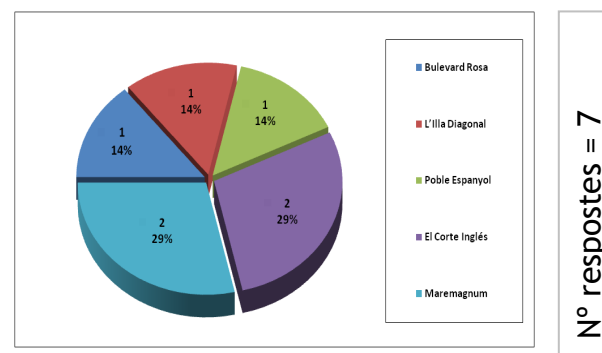
Síntesis estudis

Perfils dels col.lectius. COMERÇ

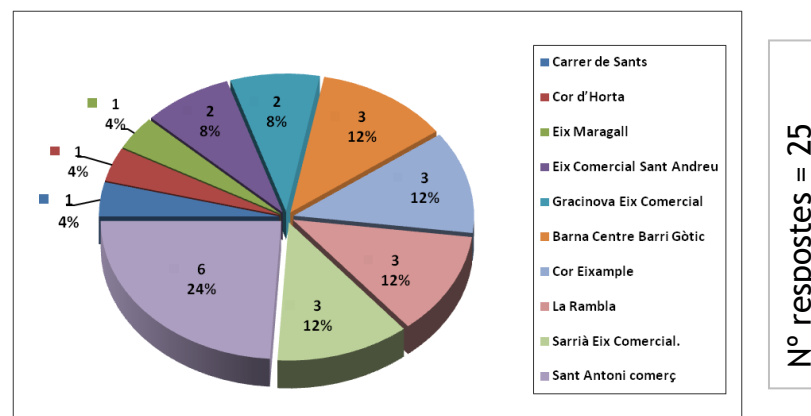
Membres associats a Shopping Line



Centres Comercials



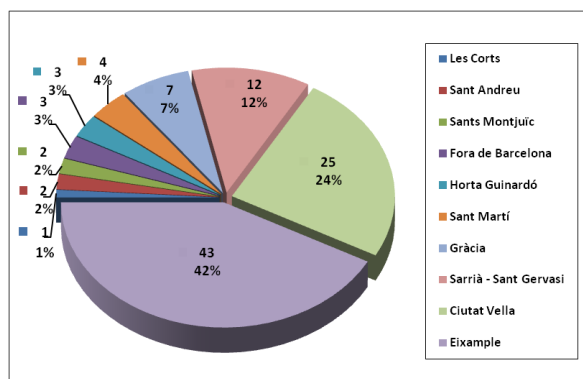
Eixos Comercials



Síntesis estudis

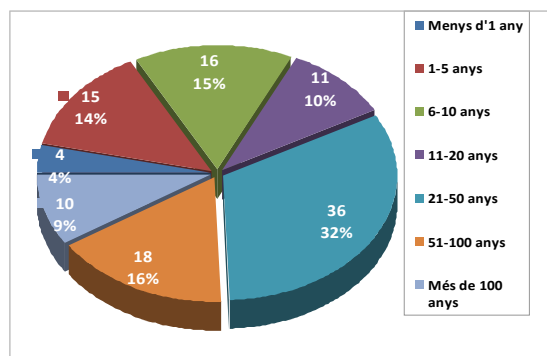
Perfils dels col·lectius. COMERÇ

Districte



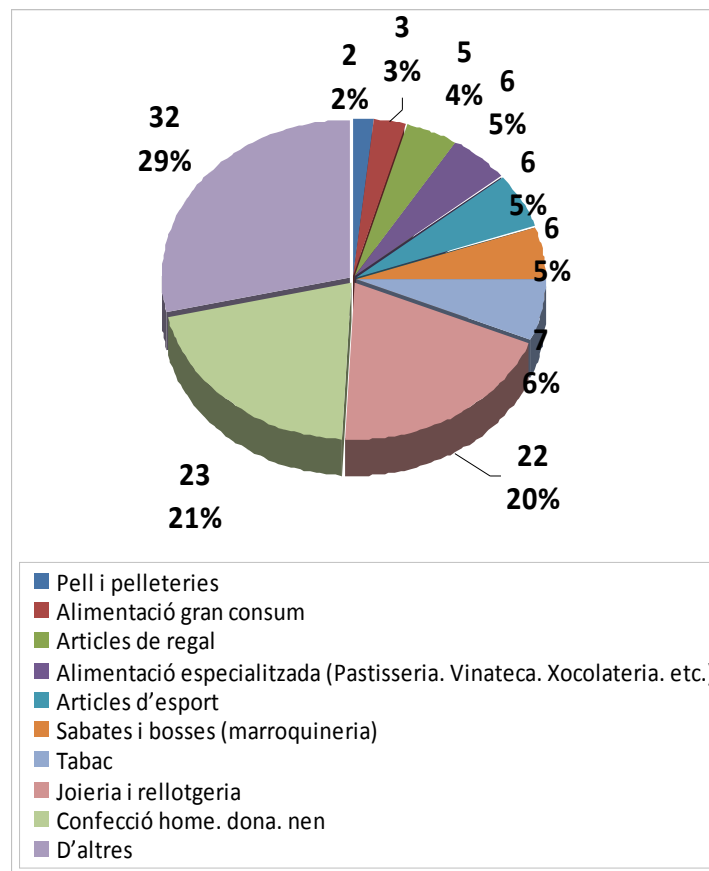
Nº respostes = 102

Anys de Funcionament del negoci



Nº respostes = 110

Tipus de producte que venc

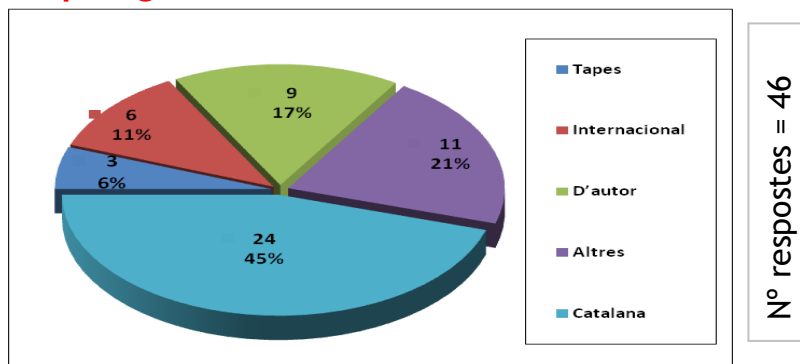


Nº respostes = 33

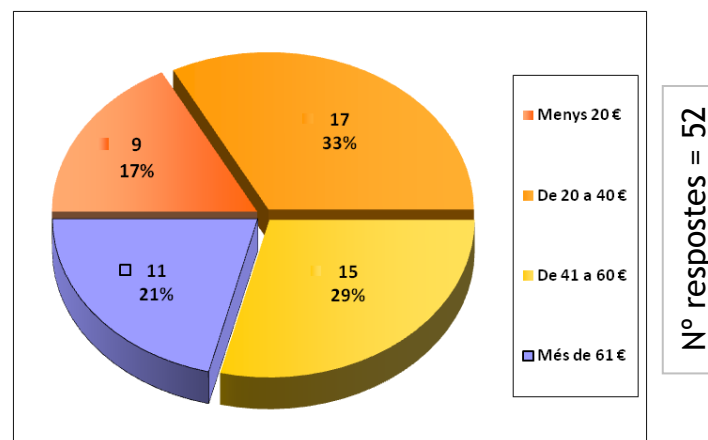
Síntesis estudis

Perfils dels col·lectius. RESTAURANTS

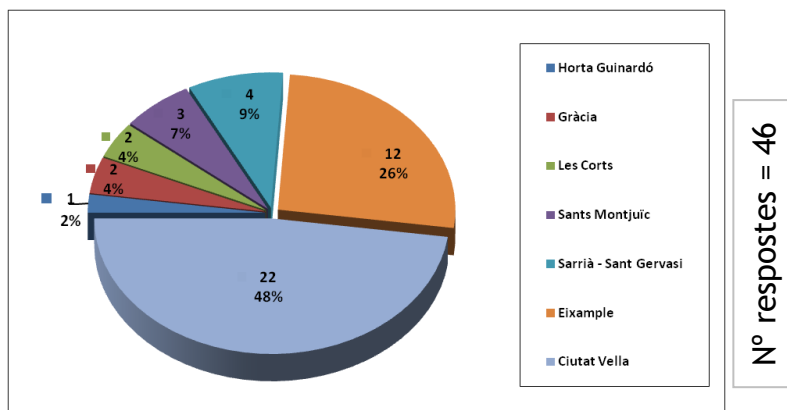
Tipologia



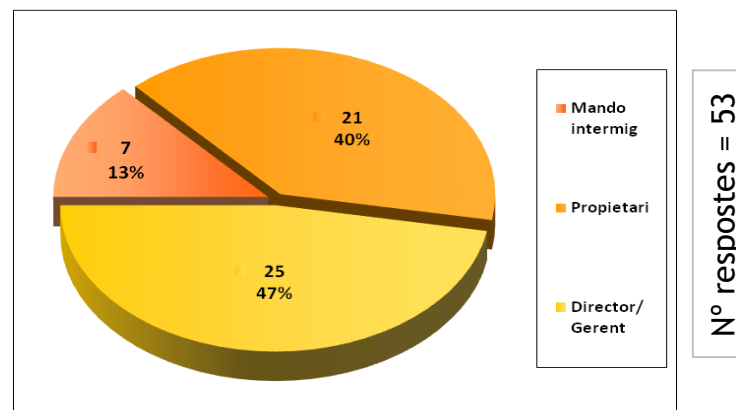
Nivell de preus



Districte



Càrrec



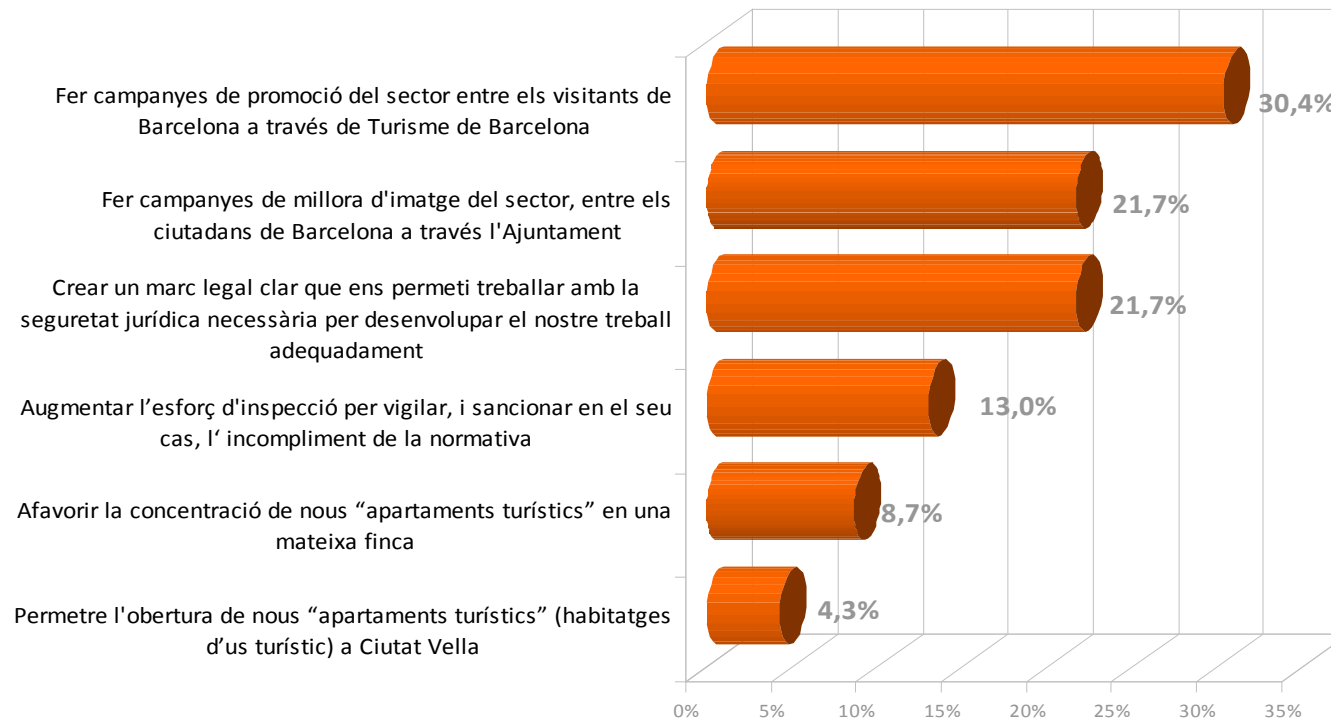
Síntesis estudis

Preguntes específiques dels col·lectius

Síntesis estudis

Perfils dels col·lectius. APARTAMENTS TURÍSTICS

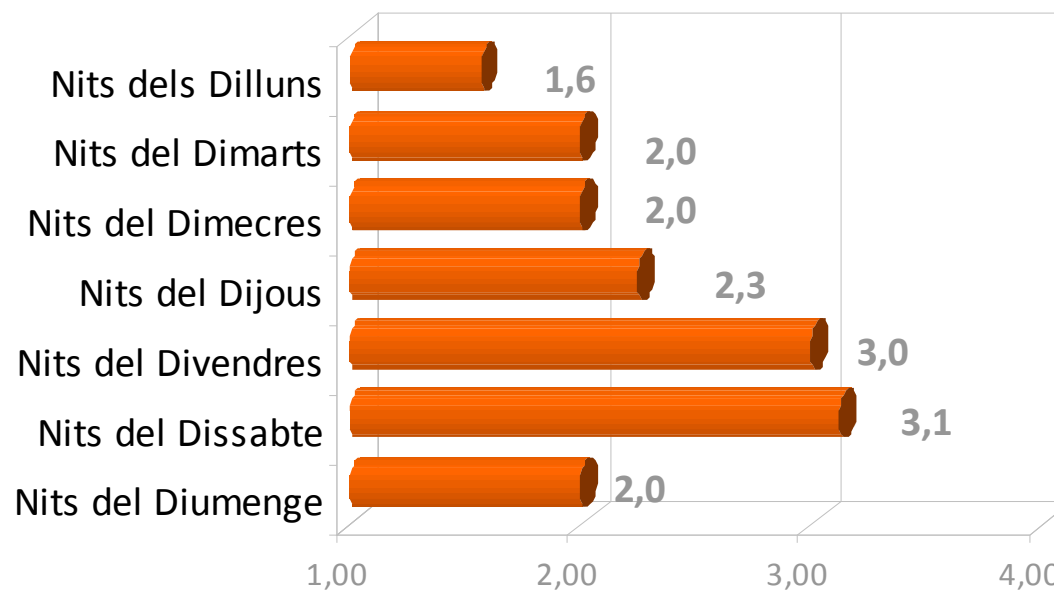
Selecciona aquelles tres accions públiques que consideres més adients per tal de millorar el desenvolupament de la teva activitat del sector entre els visitants de Barcelona a través de Turisme de Barcelona?



Síntesis estudis

Preguntes específiques dels sectors. RESTAURANTS

Valora l'afluència de públic turista al teu establiment, segons les nits de la setmana?



Síntesis estudis

Preguntes específiques dels sectors. CULTURA

Quin és el nivell de cooperació entre el sector turístic i els Centres Culturals de Barcelona?

